

**PENGARUH NILAI PRODUK TERHADAP LOYALITAS, KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI
(STUDI KASUS TRANSPORTASI TRANS PADANG)**

Rahmata Yunal Fikri¹

Dahlia Kamener²

Purbo Jadmiko³

Rahmatayunal@yahoo.com

⁽¹⁾ Mahasiswa jurusan Manajemen Dakultas Ekonomi Bisnbis Universitas Bung Hatta

^(2.3) Dosen jurusan Manajemen Dakultas Ekonomi Bisnbis Universitas Bung Hatta

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product value on passenger loyalty and satisfaction as a mediating variable in the Trans Padang Transportation case study. Data collection is done by distributing questionnaires to 60 respondents. The population is all Trans Padang bus passengers. The sample is Trans Padang bus passengers who live in the city of Padang. sampling using purposive sampling. Data analysis using a Measurement Model (Outer model or measurement) that was previously tested for validity and reliability. The conclusions of this study are (1) Product Value has a positive effect on the loyalty of Trans City Padang Passengers; (2) Product Value has a positive effect on Passenger Tran satisfaction in Padang city (3) Passenger Satisfaction has a positive effect on Trans City Padang Passenger Loyalty (4) Consumer satisfaction mediates a positive influence between product value on Trans-Padang passenger loyalty.

Keywords: *product value, satisfaction, loyalty*

**PENGARUH NILAI PRODUK TERHADAP LOYALITAS, KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI
(STUDI KASUS TRANSPORTASI TRANS PADANG)**

Rahmata Yunal Fikri¹

Dahlia Kamener²

Purbo Jadmiko³

Rahmatayunal@yahoo.com

⁽¹⁾ Mahasiswa jurusan Manajemen Dakultas Ekonomi Bisnbis Universitas Bung Hatta

^(2,3) Dosen jurusan Manajemen Dakultas Ekonomi Bisnbis Universitas Bung Hatta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai produk terhadap loyalitas penumpang dan kepuasan sebagai variabel mediasi studi kasus Transportasi Trans Padang. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 60 responden. Populasi adalah seluruh penumpang bus Trans Padang. Sampel adalah penumpang bus Trans Padang yang berdomisili di kota Padang. pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan *Model Pengukuran (Outer model atau measurement)* yang sebelumnya diuji validitas dan reliabilitas. Kesimpulan penelitian ini adalah (1) Nilai Produk berpengaruh positif terhadap loyalitas Penumpang Trans kota Padang; (2) Nilai Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan Penumpang Tran kota Padang (3) Kepuasan Penumpang berpengaruh positif terhadap Loyalitas Penumpang Trans kota Padang (4) Kepuasan konsumen memediasi pengaruh positif antara nilai produk terhadap loyalitas penumpang Trans kota Padang.

Kata Kunci: nilai produk, kepuasan, loyalitas